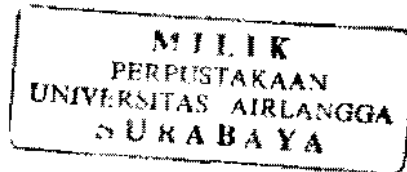


**PENGARUH PERSEPSI PENONTON ATAS KREDIBILITAS  
DAN DAYA TARIK SELEBRITI PADA IKLAN TELEVISI  
TERHADAP KEMUNGKINAN PEMBELIAN SABUN LUX  
PUTIH DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN



DIAJUKAN OLEH

**NINA ADELINA**  
No. Pokok : 049515078

**KEPADA**  
**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA**  
**SURABAYA**  
**2001**

Surabaya, 24 April 2001

Skripsi Selesai dan Siap Diuji

Dosen Pembimbing



Drs. Y. Lilik Rudianto, MBA



## ABSTRAKSI

Agar konsumen tertarik, ingat dan kemudian membeli produk yang diiklankan, maka iklan perlu dibuat semenarik mungkin. Salah satu caranya dengan menggunakan selebriti. Dan saat ini, ditelvisi banyak iklan yang menggunakan selebriti sebagai bintang iklannya. Dengan latar belakang diatas, maka penelitian ini diadakan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas dan daya tarik selebriti pada iklan televisi terhadap kemungkinan pembelian sabun Lux Putih di Surabaya. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah orang yang pernah melihat iklan sabun Lux Putih di televisi. Iklan tersebut dibintangi oleh selebriti yang bernama Nadya Hutagalung. Karena jumlah orang yang pernah melihat iklan sabun Lux Putih di televisi di atas tidak dapat ditentukan maka oleh Muhammad Zainuddin (1998:89) ditetapkan 843 orang sampel yang mewakili populasi. Dalam penelitian ini disebarkan 400 eksemplar kuesioner. Variabel independen dalam penelitian ini adalah elemen-elemen dalam kredibilitas yaitu *expertise* dan *trustworthiness* dan elemen-elemen daya tarik selebriti yaitu *physical attractiveness* dan *likability*. Sedangkan variabel dependen dari penelitian ini adalah kemungkinan pembelian sabun Lux Putih oleh pemirsa televisi. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis yang diadopsi dari "*Consumer Processing of Multiple Message*" dari Henry Assael (1995:734). Dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,274 + 0,386X_1 + 0,408X_2 + 0,319X_3 + 0,284X_4 + e$$

Dari hasil regresi yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang digunakan memiliki pengaruh yang simultan. Hal ini bisa dilihat dari uji F yang menunjukkan hasil yang signifikan diantara  $F_{hitung}$  sebesar 65,492, yang lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 5,811. Sedangkan uji t juga menunjukkan hasil yang signifikan secara parsial pada variabel  $X_1$  (*expertise*),  $X_2$  (*trustworthiness*),  $X_3$  (*physical attractiveness*) dan  $X_4$  (*likability*).

Dengan melihat koefisien determinasi parsial ( $r^2$ ) dapat diketahui bahwa variabel yang punya pengaruh paling besar adalah variabel *trustworthiness* dengan koefisien determinasi parsial 0,398 kemudian variabel *expertise* dengan nilai 0,371, selanjutnya variabel *likability* dengan nilai 0,322 dan yang terakhir variabel *physical attractiveness* dengan nilai 0,262.

Sedangkan asumsi klasik yang tidak boleh terjadi dalam regresi linier berganda dalam penelitian ini tidak terjadi, sehingga hasil regresi yang dihasilkan dapat digunakan.